

тронный ресурс]. – Красноярск : Сибирский федеральный ун-т, 2011. – Режим доступа : [http://conf.sfu-kras.ru/conf/spru/report?memb\\_id=1229](http://conf.sfu-kras.ru/conf/spru/report?memb_id=1229). – Дата доступа : 23.09.2014.

4. Paula Verónica Contreras Alvarado, Tesis doctoral “Identificación de Bacterias Responsables de Fenómenos Gaseosos Indeseables en Queso’ Gauda”, Valdivia – Chile, 2008. – [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: [http://www.uam.es/personal\\_pdi/ciencias/ssantoyo/fermentacion/trabajos/queso.pdf](http://www.uam.es/personal_pdi/ciencias/ssantoyo/fermentacion/trabajos/queso.pdf). – Fecha de acceso: 23.07.2013.

5. Ciencia y Tecnología de los Alimentos: Avances en Ingeniería y Tecnología Trabajos completos presentados al III Congreso Internacional de Ciencia y Tecnología de los Alimentos. Córdoba, Argentina, 2009. – 279 p.

6. Cristina Molinero Sastre Burgos, Tesis doctoral “Caracterización y optimización del proceso tecnológico de elaboración de la cecina de león”, Universidad de Burgos Departamento de Biotecnología y Ciencia de los Alimentos, 2009. – 205 p.

7. Славгородская, Л.В. Научный диалог (лингвистические проблемы) / Л.В. Славгородская. – Л. : Наука, Ленингр. отд-ние, 1986. – 167 с.

8. Кожина, М.Н. О диалогической письменной научной речи и ее экстралингвистической обусловленности / М.Н. Кожина // Recueil linguistique de Bratislava, 1985, vol. 8. – P. 141–145.

9. Баженова, Е.А. Научный текст в дискурсивно-стилистическом аспекте / Е.А. Баженова // Вестн. Перм. ун-та. – 2009. – Вып. 5. – С. 24–32.

10. UNCP – FAIA INGENIERÍA DE ALIMENTOS III. – 2005 ]. – Modo de acceso: <http://www.ingenieriadealimentos.com>. – Fecha de acceso: 23.07.2013.

11. Ingeniería de alimentos 13. – 2004 [Recurso electrónico]. – Modo de acceso: <http://www.ingenieriadealimentos.com>. – Fecha de acceso: 23.07.2013.

*The paper focuses on the problem of dialogical acts of discourse in scientific engineering texts in the Spanish language. Scientific problems causing the situation of communication provide dialogical discourse in scientific written texts. The results obtained demonstrate that the main form of realization of dialogical discourse in the analyzed material is the expression somebody’s point of view, idea, etc. in the form of indirect speech. It is also shown that the most common way of verb using is the form of “nosotros”. Possessive pronouns, phrase verb constructions, impersonal constructions with modal words are used to demonstrate the result of discourse interaction. Question-and-answer models are not frequently used in the material under study. It should be noted that speech verbs are frequently used in scientific article especially in introduction part.*

УДК 339.564

*А. И. Шуниборова, Л. А. Климова*

## **ДИАГНОСТИКА УРОВНЯ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

*В статье представлены различные методы экспортной диагностики, которые позволяют предприятию определить приоритетные направления деятельности на внешнем рынке с учетом имеющихся у предприятия ресурсов и требований зарубежного рынка. Исследованы этапы диагностики экспортного потенциала,*

*инструменты диагностики, факторы, оказывающие влияние на развитие экспортного потенциала предприятия.*

Диагностика уровня экспортного потенциала предприятия является первым и необходимым шагом при планировании освоения внешнего рынка. Решение о выходе товаров на внешние рынки предполагает оценку самого предприятия и производимой им продукции на соответствие требованиям международных рынков.

Выделяют несколько этапов диагностики экспортного потенциала предприятия. Первый этап включает в себя анализ и оценку собственных экспортных возможностей предприятия: финансовое состояние, технологические преимущества, кадровый потенциал, наличие государственных и региональных программ поддержки экспортеров в регионе. Второй этап заключается в оценке состояния международного рынка вообще и рынка конкретного выбранного государства: наличие и позиции конкурентов на выбранном рынке, условия, необходимые для выхода на выбранный рынок, наличие нетарифных и международных и политических альянсов на данном рынке. Третий этап основан на оценке конкурентоспособности производимой продукции на выбранном рынке: анализ требуемого уровня качества поставляемой продукции, анализ ценообразования, выявление резервов снижения себестоимости продукции.

По результатам проведенной диагностики предприятие может прийти к одному из следующих выводов:

1. Экспортный потенциал незначительный. Уровень конкурентоспособности продукции низкий. Предприятию необходимо воздержаться от выхода на внешний рынок.

2. Экспортный потенциал умеренный. Существует ряд проблем и трудностей, но они преодолимы в ближайшем будущем. Предприятие может планировать освоение внешнего рынка после устранения недостатков.

3. Экспортный потенциал достаточный. Уровень конкурентоспособности продукции удовлетворяет потребностям выбранного рынка. Выход на международный рынок возможен в ближайшее время: продукция будет востребована рынком.

В настоящее время существует несколько методик, с помощью которых можно провести диагностику и оценку уровня развития экспортного потенциала предприятия. Например, Волкодавова Е.В. при оценке уровня экспортного потенциала предлагает использовать его качественную и количественную характеристики. Количественную оценку экспортного потенциала промышленного предприятия предлагается проводить с помощью отношения объем экспорта продукции, работ промышленного характера, услуг, нематериальных активов к объемам продаж на внутреннем рынке. Качественную характеристику экспортного потенциала промышленного предприятия представляет система показателей, среди которых уровень сертификации продукции, услуг, бизнес-процессов

предприятия, степень брендингованности продукции, услуг, ежегодный темп прироста стоимости предприятия, доля инновационных нематериальных активов в структуре активов предприятия, уровень импортозамещения при применении импортных комплектующих [2].

Для оценки уровня развития экспортного потенциала руководители предприятия, как правило, используют методы, основанные на анализе и оценке объемов производимой и экспортируемой продукции, а также показателей эффективности финансово-хозяйственной деятельности предприятия. При этом подходе оценка потенциала осуществляется на основе методов экономического и финансового анализа деятельности предприятия. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия носит универсальный характер, с его помощью можно судить о состоянии предприятия в целом. Однако для оценки экспортного потенциала методики финансово-хозяйственного анализа не достаточно информативны и могут быть использованы только на начальной стадии оценки и составления экспортной стратегии предприятия.

Следующий широко известный и применяющийся в развитых странах метод оценки уровня экспортного потенциала предприятия основан на стоимостном подходе. В этом случае в качестве критерия уровня экспортного потенциала выступает изменение стоимости предприятия, что характеризует как изменение конкурентоспособности предприятия, так и благосостояние его собственников. При оценке экспортного потенциала на основе стоимостного подхода наиболее часто используются три метода:

- метод добавленной стоимости акционерного капитала;
- метод экономической добавленной стоимости;
- метод добавленной рыночной стоимости.

Среди инструментов, используемых для диагностики уровня экспортного потенциала, можно выделить три группы: количественные показатели, параметрические показатели и оценки с помощью экспертов в различных областях деятельности предприятия машиностроения. Данное деление инструментов оценки экспортного потенциала предприятия достаточно условно, так как они во многом совпадают.

Первая группа инструментов – количественные показатели – основаны на применении различных статистических данных и коэффициентов для анализа производственной деятельности, финансового положения, эффективности инвестиций, фондоотдачи, водоемкости и т. д. Самыми информативными показателями являются показатели, отражающие реальный объем проданной на международном рынке продукции.

Вторая группа инструментов – сравнительные параметрические показатели – базируются в основном на оценке первичной информации, когда выбираются параметры сравнения и выясняются мнения потребителей, продавцов, поставщиков относительно этих параметров. Преимуществом использования этого инструмента является быстрота и относительная дешевизна, но в то же время

есть опасность субъективности и неточности мнений, так как сложно проследить силу или слабость влияния сравниваемого параметра именно на потенциал конкретного предприятия, сложно строить прогнозы его развития.

Третья группа инструментов – оценки с помощью экспертов, а также рейтинговые оценки – получение информации и сведений путем интервьюирования независимых экспертов в различных областях и менеджеров предприятий. Использование того или иного набора инструментов определяется уровнем решений, лежащих в основе выбора: оперативных, тактических и стратегических.

В настоящее время учеными и экспертами в области экономики единая методика по оценке экспортного потенциала предприятий не выработана. Поэтому для оценки экспортного потенциала предприятий необходимо разработать методику, позволяющую учесть специфические характеристики и факторы, оказывающие влияние на развитие потенциала предприятия [1].

Среди факторов, оказывающих влияние на развитие экспортного потенциала, можно выделить такие группы факторов, как:

1. Регулируемые факторы – это объективные возможности, направленные на создание дополнительных, резервных или уникальных ресурсов предприятия, позволяющие предприятию достичь установленного уровня экспортного потенциала. К внутренним факторам можно отнести наличие передовых инновационных технологий, защищенных патентами или товарными знаками, доступность качественных материально-технических ресурсов, достаточных для производства экспортной продукции, профессиональная квалификация и компетентность работников, действующая система мотивации персонала, организационная стабильность предприятия, отсутствие непрофильных активов, система воспроизводства нематериальных активов предприятия, инновационная активность и участие в государственных территориальных и региональных программах развития, внедрение на предприятии стратегического и тактического планирования, сертификация предприятия на соответствие международным стандартам качества, развитость кооперационных связей с поставщиками сырья и комплектующих.

2. Нерегулируемые (внешние) факторы – внешние социально-экономические и организационные отношения, позволяющие предприятию создавать и продавать на международном рынке собственную продукцию. Внешние факторы подразделяются по уровню воздействия на:

- Факторы международного уровня: политическая нестабильность стран импортеров, участие в международных альянсах и союзах, защита выбранных рынков от проникновения импортной продукции, наличие и возможности конкурентов на выбранных рынках, уровень потребности в производимом товаре на невыбранном рынке.

- Факторы уровня государства: предоставление налоговых льгот и вычетов для предприятий-экспортеров продукции, предоставление льготных кредитов, субсидий, страхования и государственных гарантий предприятиям-

экспортерам, применение ускоренной ставки амортизации на основные средства экспортеров, разработка, совершенствование и реализация законодательных актов, направленных на укрепление позиций экспортеров продукции, разработка стратегий развития отрасли, внедрение государственной системы стандартизации и сертификации производителей продукции, конверсия, приватизация, демонополизация.

- Факторы регионального уровня: наличие в регионе экспортно стимулирующей инфраструктуры, программы развития регионального рынка труда, развитие научной и сырьевой базы региона, развитость транспортно-логистических предприятий в регионе, наличие региональных и территориальных программ развития машиностроительных предприятий.

- Локальные факторы: выгодное территориально-географическое расположение предприятия, стабильность предприятий – соисполнителей, посредников и поставщиков, доступность ресурсов, материалов и комплектующих, материальная база (размер инвестиций) [2].

Таким образом, экспортная диагностика позволяет предприятию разрабатывать экспортные стратегии, которые являются основополагающими программами действий, определяющими приоритетные направления деятельности предприятия на внешнем рынке с учетом имеющихся у предприятия ресурсов и требований зарубежного рынка. Также данная диагностика позволяет предприятию выявить как сильные стороны, на которые оно может положиться в сложных ситуациях, возникающих при выходе на внешние рынки, так и слабые стороны, нуждающиеся в улучшении с целью увеличения своих шансов на успешную внешнеэкономическую деятельность.

#### **Список основных источников**

1. Калинин, А.Э. Экспортный потенциал малых и средних предприятий Волгоградской области : метод. материалы / А.Э. Калинин [и др.]. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2011. – 148 с.

2. Перцухов, В. Методология оценки и прогнозирование уровня экономического потенциала и уровня экономического риска территориальных образований / В. Перцухов // Ресурсы. Информация. Снабжение. Конкуренция. – 2010. – № 4. – С. 352–359.

*Diagnosis of the level of export potential of the company is the first and necessary step in the planning of the development of the external market. Decision to withdraw the goods to foreign markets involves an assessment of the enterprise and its production to meet the requirements of international markets. The article researched the export potential that influence on the development of export advantages.*